Rapport statistique

Québec

103-01658/

LES MÉDIAS ÉCRITS ET LA LECTURE :

QUELQUES CONSTATS

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS
JANVIER 1999

Rédaction :

Claude-Edgar Dalphond
Direction de l'action stratégique

Michel Pelletier
Direction de la recherche et de la statistique

Réalisation technique :

Céline Baillargeon
Jean Demers
Direction de la recherche et de la statistique

Édition du document :

Sylvie Jobin
Direction de la recherche et de la statistique

Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Québec, 1998
ISBN 2-550-34054-X

AVANT-PROPOS

Cette étude a été réalisée lors de l'élaboration de la Politique de la lecture et du livre, rendue publique en juin 1998. Elle traite de façon spécifique de l'offre et la consommation des médias écrits.

La partie du texte qui porte sur l'offre a été réalisée par Michel Pelletier, de la Direction de la recherche et de la statistique, et celle sur la consommation par Claude-Edgar Dalphond, de la Direction de l'action stratégique. L'ensemble du projet a été supervisé par Micheline Boivin, directrice de la recherche et de la statistique. Il a bénéficié de l'appui technique de Céline Baillargeon, Jean Demers et Sylvie Jobin. Les auteurs désirent les remercier pour leur soutien avisé.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX 7

INTRODUCTION 9

L'OFFRE 11

Les publications 11
Le tirage 13

LA DEMANDE 19

Le lectorat 19
Le temps consacré à la lecture 22
Le contenu de la lecture 24
Le portrait de la clientèle 26
La lecture, la presse écrite et les nouvelles technologies 29

CONCLUSION 31

ANNEXE : Liste des sources utilisées 33

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1
Les médias écrits au Québec, 1997 12

TABLEAU 2
Répartition de la presse écrite dans les régions administratives du Québec, 1994 13

TABLEAU 3
Tirage des quotidiens au Québec et au Canada, 1996-1997 à 1997 14

TABLEAU 4
Tirage des quotidiens de différents pays, 1992 15

TABLEAU 5
Les hebdos québécois par région, 1993 et 1997 16

TABLEAU 6
L'édition de périodiques, 1994-1995 17

TABLEAU 7
Tirage des principales catégories de magazines, 1998 18

TABLEAU 8
Quotidiens : lectorat (marchés Montréal et Québec), 1992-1997 19

TABLEAU 9
Répartition du lectorat par catégorie de médias écrits et portée, Québec, 1997 20

TABLEAU 10
Portée des quotidiens et des magazines, 1997 21

TABLEAU 11
Tableau synthèse sur les hebdomadaires régionaux (gratuits), 1997 22

TABLEAU 12
Temps consacré à la lecture de différents médias écrits (minutes), Québec, 1997 23

TABLEAU 13
Quotidiens : temps de lecture, 1997 23

TABLEAU 14a
Quotidiens : sections consultées, 1997 24

TABLEAU 14b
Hebdomadaires régionaux : sections consultées, Québec, 1994 24

TABLEAU 15
Sources d'information préférées des Québécois selon différents sujets, Québec, 1997 25

TABLEAU 16
Quotidiens : portée, 1997 27

TABLEAU 17
Quotidiens : temps moyen consacré à la lecture, 1997.....28

INTRODUCTION

L'univers de la lecture recoupe différentes dimensions : l'accès au savoir, à l'imaginaire, à la vie en société. La lecture représente également un outil fondamental de développement personnel et collectif. En plus du livre, elle s'appuie sur les médias écrits et, maintenant, sur Internet.

En raison de son audience considérable et de son contenu diversifié, la presse écrite occupe une place privilégiée dans la problématique de la lecture. Ainsi, en tant que matière à lire, elle favorise la connaissance et l'alphabétisation. En tant que support culturel, elle ouvre ses pages aux auteurs et assure la promotion de l'industrie du livre. En tant qu'instrument de développement, elle joue un rôle déterminant dans l'intégration sociale et politique des individus.

À ce titre, les médias écrits permettent, d'une part, de s'informer sur les phénomènes qui déterminent à la fois le contenu des relations interpersonnelles et des grands courants sociaux. Ils représentent, d'autre part, un lieu de recherche et de diffusion de l'information essentiel pour la vie démocratique des sociétés. La lecture des quotidiens, des hebdomadaires et des magazines constituent donc un enjeu fondamental du développement des individus et des collectivités.

Dans le cadre de la Politique de la lecture, il s'avère donc utile de faire le point sur la contribution des médias écrits à la lecture. À ce propos, nous tenterons de situer l'évolution de l'offre et de faire le point sur la consommation et la place de la presse à l'heure de l'Internet. En raison des données disponibles, cette analyse restera sommaire. Nous comptons néanmoins identifier les éléments essentiels à la reconnaissance du rôle majeur de la presse écrite dans le dossier de la lecture.

1

L'OFFRE

La partie qui suit fait une description de l'offre de médias écrits au Québec : combien de quotidiens, hebdomadaires et magazines sont édités au Québec, quel est leur tirage? Lorsque possible, des comparaisons sont faites, selon le cas, avec l'Ontario, le Canada et d'autres pays. Finalement, une compilation des principaux magazines québécois montre la diversité des sujets couverts par ces derniers et des choix offerts aux consommateurs.

LES PUBLICATIONS

Le nombre de publications[1]

On compte, au Québec, près de 300 journaux répartis dans trois grandes catégories : quotidiens (12), hebdomadaires (208) et journaux communautaires (plus de 79).

Le nom des deux premiers indique leur fréquence de parution. Quant aux médias communautaires, la majorité paraît une fois par semaine, mais plusieurs ont une fréquence de parution moins élevée.

Les quotidiens québécois publient près de 909 000 copies par jour (tirage moyen du lundi au vendredi), tandis que le tirage des hebdos s'établit à 4 900 000 copies par semaine et celui des médias communautaires à plus de 325 000 par parution. En ce qui concerne le secteur des périodiques, Statistique Canada estime que 377 périodiques étaient publiés au Québec en 1994-1995 et que leur tirage annuel total atteignait 142,9 millions de copies.

1. On trouvera en annexe une description détaillée des sources utilisées au cours de cette étude.

TABLEAU 1
Les médias écrits au Québec, 1997

	Quotidiens	Hebdos	Journaux communautaires	Périodiques
Année	1997	1997	1997	1994-1995
Nombre	12	208	79	377
Tirage	908 687 (1)	4 909 394 (2)	325 000 (3)	142 900 000 (4)

(1) : Tirage moyen du lundi au vendredi. Source : Audit Bureau of Circulations, compilation MCC.

(2) : Tirage hebdomadaire moyen. Source : Info Presse. *Guide annuel des médias 1998*, compilation MCC.

(3) : Tirage par parution; une majorité de ces hebdos sont des mensuels. Chiffres portant sur les 79 membres de l'AMECQ seulement. Une quinzaine de médias communautaires ne feraient pas partie de cette association.

(4) Tirage annuel. Source : Statistique Canada. *L'édition du périodique, 1994-1995.*

Pour compléter ce tableau, soulignons qu'en plus des quelque 700 journaux et magazines produits ici, la population québécoise a accès à un éventail considérable de publications provenant d'un peu partout à travers le monde.

Le rayonnement des journaux

Le tableau 2 montre que les quelque 300 journaux québécois sont implantés dans toutes les régions administratives.

TABLEAU 2
Répartition de la presse écrite dans les régions administratives du Québec, 1994

Régions administratives	Quotidiens	Hebdos	Communautaires	Total
Bas-Saint-Laurent	0	14	16	30
Saguenay–Lac-Saint-Jean	1	7	3	11
Québec	2	8	8	18
Mauricie–Bois-Francs	1	10	14	25
Estrie	2	8	15	25
Montréal	4	38	7	49
Outaouais	1[2]	18	ND	19
Abitibi-Témiscamingue	0	9	6	15
Côte-Nord	0	4	4	8
Nord-du-Québec	0	1	ND	1
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	0	8	5	13
Chaudière-Appalaches	0	11	12	23
Laval	0	4	1	5
Lanaudière	0	7	ND	7
Laurentides	0	20	3	23
Montérégie	1	39	1	41
TOTAL	12	206	95	313

Sources :
- AMECQ. *Répertoire de la presse communautaire au Québec*, 1994.
- Compilations du MCC.

LE TIRAGE

Le tirage des quotidiens au Québec et au Canada

Le tableau qui suit montre que le tirage des quotidiens québécois représente, en 1997, 21 % de celui des quotidiens au Canada, un pourcentage inférieur à celui de la population québécoise (24,7 %). Le tirage par 1 000 habitants au Québec est de 123 exemplaires comparé à 143 pour l'ensemble du Canada. Depuis 1976, ce ratio a diminué, tant au Canada qu'au Québec. Et bien que les populations québécoise et canadienne aient augmenté depuis 1976, les tirages québécois et canadien ont, en chiffres absolus, tous deux baissé. On verra cependant plus loin, dans le volet 2, que le lectorat au Québec est demeuré stable.

2. Il s'agit du quotidien *Le Droit*, d'Ottawa.

TABLEAU 3
Tirage des quotidiens au Québec et au Canada, 1976-1977 à 1997

	1976-1977	1981-1982	1986-1987	1992	1997
Tirage au Québec	1 113 644	1 153 893	1 145 484	1 085 362	908 687
Tirage dans le reste du Canada	3 377 029	3 964 705	4 017 973	3 883 600	3 390 264
Tirage total au Canada	4 490 673	5 118 598	5 163 457	4 968 962	4 298 951
Tirage Québec/Canada	25 %	23 %	22 %	22 %	21 %
Population du Québec	6 420 500	6 568 000	6 733 800	7 080 600	7 389 100
Population du reste du Canada	17 097 000	18 332 000	19 470 000	21 039 500	22 574 500
Population totale au Canada	23 517 500	24 900 000	26 203 800	28 120 100	29 963 600
Population Québec/Canada	27,3 %	26,4 %	25,7 %	25,2 %	24,7 %
Tirage par 1 000 habitants au Québec	173	176	170	153	123
Tirage par 1 000 habitants, reste du Canada	198	216	206	185	150
Tirage par 1 000 habitants, total Canada	191	206	197	177	143
Écart Québec/reste du Canada	- 13%	-18 %	-17 %	-17 %	-18 %

Sources :
- Données sur la population : Statistique Canada.
- Tirage : Audit Bureau of Circulations, compilation MCC.

Le tirage des quotidiens à travers le monde

Le tableau 4 compare le tirage des quotidiens dans différents pays. Les chiffres compilés par l'UNESCO montrent que le tirage par 1 000 habitants au Canada s'établit à 204 en 1992. Pour cette même année, notre propre compilation, basée sur les chiffres de l'Audit Bureau of Circulation, établit plutôt cette moyenne à 177 par 1 000 habitants au Canada et à 153 au Québec (voir le tableau 3).

TABLEAU 4
Tirage des quotidiens de différents pays, 1992

Pays	Nombre de quotidiens	Diffusion ('000)	Pour 1 000 habitants
Norvège	82	2 600	607
Finlande	58	2 578	512
Autriche	27	3 108	398
Royaume-Uni	101	22 100	383
Danemark	42	1 710	332
États-Unis	1 570	60 164	236
Venezuela	82	4 200	205
France	77	11 695	205
Canada	**106**	**5 800**	**204**
Mexique	292	10 231	116
Italie	78	6 068	106
Espagne	148	4 100	104

Source : UNESCO. *Annuaire statistique, 1995.*

Le tirage des hebdos

Dans son guide annuel des médias, Info Presse dresse une liste des hebdos québécois par région. À noter que ces régions ne correspondent pas à celles du tableau 2 (c'est-à-dire les régions administratives).

La comparaison des données recueillies en 1993 et 1997 montre que si 5 des 11 régions ont vu leur tirage global diminuer, le tirage global des hebdos a légèrement augmenté au Québec, contrairement à la tendance observée pour les quotidiens. Il faut noter, à ce propos, que l'essentiel du tirage des hebdos est distribué gratuitement.

TABLEAU 5
Les hebdos québécois par région, 1993 et 1997

	1993		1997	
Région	**Nombre d'hebdos**	**Tirage**	**Nombre d'hebdos**	**Tirage**
Abitibi-Témiscaningue	11	140 351	11	129 514
Bas-Saint-Laurent	22	260 098	19	259 252
Centre du Québec	16	345 417	13	323 094
Côte-Nord	8	87 948	10	99 708
Estrie	9	122 906	10	151 105
Île de Montréal	32	1 143 513	33	898523
Laval-Rive-Nord-Laurentides	30	1 002 357	34	1 098 179
Montérégie	40	990 762	34	901 182
Outaouais	16	240 759	18	477 457
Québec	16	335 579	17	396 329
Saguenay–Lac-Saint-Jean	8	159 531	9	175 051
TOTAL	208	4 829 221	208	4 909 394

Source : Info Presse. *Guide annuel des médias*, 1993 et 1998.

Les périodiques : tirage et sujets couverts

Le tableau 6 montre que la performance du Québec dans le secteur du périodique équivaut grosso modo à son poids démographique. Soulignons, tout de même, qu'il recueille 29 % des recettes canadiennes et produit 28 % du tirage canadien total, alors que sa population représente 25 % de celle du Canada.

Du côté de l'Ontario, sa performance en matière d'édition de périodiques est largement plus élevée que son poids démographique. En fait, son tirage de 293 300 000 copies par année représente 57 % du tirage canadien et près de 80 % de tout le tirage hors Québec! Pour expliquer ce phénomène, nous avançons l'hypothèse que les périodiques édités dans cette province rayonnent dans l'ensemble du Canada. Les périodiques québécois, majoritairement de langue française, ne peuvent espérer intéresser un aussi vaste public dans les autres provinces canadiennes.

TABLEAU 6
L'édition de périodiques, 1994-1995

	Canada	Québec	Québec/Canada	Ontario	Ontario/Canada
Population (1994)	29 255 600	7 288 800	25 %	10 937 100	37 %
Nombre de périodiques	1 404	377	27 %	660	47 %
Tirage annuel total	511 900 000	142 900 000	28 %	293 300 000	57 %
Ratio périodique/habitant	17,5	19,6	–	26,8	–
Recettes totales	866 860 000 $	253 284 000 $	29 %	498 660 000 $	58 %
Dépenses totales	800 031 000 $	224 103 000 $	28 %	467 980 000	58 %
Bénéfices avant impôts en % des recettes totales	7,7 %	11,5 %	—	6,2 %	—
Employés à temps plein	4 498	981	22 %	2 409	54 %
Employés à temps partiel	1 581	399	25 %	743	47 %
Salaires et honoraires professionnels	194 065 000 $	46 603 000 $	24 %	112 483 000 $	58 %

Source : Statistique Canada. *L'édition de périodiques, 1994-1995.*

Les magazines québécois couvrent une grande variété de sujets. Info Presse en dresse une liste (tableau 7) qui est divisée en deux grandes catégories : «grand public» (ex.: *L'Actualité*, qui paraît 20 fois par année et dont le tirage moyen est de 194 299 exemplaires) et «spécialisés» (ex. : *Le Médecin du Québec*, un mensuel au tirage moyen de 15 678 exemplaires). Le tirage combiné de ces deux catégories totalise plus de 205 millions d'exemplaires par année, soit une moyenne de 28 exemplaires par Québécois.

La différence entre les chiffres d'Info Presse et ceux de Statistique Canada sur le nombre de périodiques édités au Québec (260 contre 377) et sur le tirage annuel (205 325 327 copies contre 142 900 000) s'explique notamment par des différences dans la méthodologie utilisée : l'inventaire d'Info Presse ne comprend pas notamment les revues savantes, les magazines religieux et plusieurs magazines littéraires et artistiques ayant un faible tirage, qui sont recensés par Statistique Canada. Par contre, le tirage annuel compilé par Info Presse inclut, contrairement à Statistique Canada, les télé-horaires insérés chaque semaine dans les quotidiens. Le télé-horaire inséré dans *Le Journal de Montréal* représente à lui seul plus de 330 000 exemplaires par semaine.

Il n'est pas surprenant de voir que dans le tableau qui suit, la catégorie au plus fort tirage est celle de la «Télévision, humour et divertissement» qui comprend notamment les télé-horaires.

TABLEAU 7
Tirage des principales catégories de magazines, 1998

MAGAZINES GRAND PUBLIC		
Catégorie	**Nombre**	**Tirage annuel**
Télévision/Divertissement/Humour	13	93 843 293
Intérêt général	8	22 922 196
Urbain	9	17 081 524
Féminins	16	14 483 128
Sports/Loisirs/Tourisme	26	11 659 030
Affaires	19	9 023 319
Troisième âge	5	4 534 375
Décoration/Habitation/Jardinage	11	4 520 635
Jeunes et enfants	10	4 000 508
Sciences/Informatique	9	2 512 885
Croissance personnelle	4	1 446 010
Art/Photo/Cinéma	4	1 350 000
Famille	5	779 514
Masculins	1	460 000
Sous-total	**140**	**188 616 417**

MAGAZINES SPÉCIALISÉS		
Catégorie	**Nombre**	**Tirage annuel**
Production agricole	13	4 025 347
Médecine/Santé	18	3 243 169
Bâtiments/Construction/Habitat	18	1 290 719
Voyages	5	1 099 156
Secteur manufacturier/Industries	16	1 003 075
Universitaire	4	996 000
Éducation	2	744 224
Juridique	2	610 000
Vente au détail/Services	6	549 534
Transports	5	464 420
Alimentation	5	323 290
Arts	3	180 000
Sports	2	84 000
Sous-total	**120**	**16 708 910**
TOTAL	**260**	**205 325 327**

Source : INFO PRESSE. *Guide annuel des médias*, 1998; compilation MCC.

❷

LA DEMANDE

Pour analyser l'impact de la presse écrite sur la lecture, différentes données de consommation s'avèrent utiles. Au nombre de celles-ci figurent le lectorat, le taux de pénétration, le temps consacré à la lecture et les sujets qui retiennent l'attention.

LE LECTORAT

Des millions de lecteurs et de lectrices qui représentent une forte proportion de la population

Les données sur le tirage témoignent de l'accessibilité et la variété des produits offerts par les éditeurs de journaux et de périodiques. Les données sur le lectorat donnent, quant à elles, un portrait de la consommation des médias écrits. À ce propos, le tableau 8 nous permet de constater que la presse écrite quotidienne, malgré un recul du tirage, dispose d'une clientèle stable[3]. Cette donnée s'avère importante pour les annonceurs, mais aussi pour l'analyse de l'impact des médias écrits sur la lecture.

TABLEAU 8
Quotidiens : lectorat (marchés Montréal et Québec), 1992-1997

Année	(n)
1997	2 023 700
1996	2 048 500
1995	2 048 100
1994	2 097 400
1993	2 049 300
1992	1 986 000

Source : NADbank.

3. Les distinctions entre le tirage et le lectorat se fondent sur un ratio exprimant le nombre de lecteurs par exemplaire. Ce rapport atteint 1,4 pour la plupart des hebdomadaires régionaux. Pour les quotidiens, nous l'estimons à 3,9. Ce taux varie en fonction du format du quotidien, les tabloïds ayant un nombre de lecteurs par exemplaire plus élevé que les grands formats. Il permet d'estimer le nombre de lecteurs en multipliant le tirage par ce ratio.

Le tableau 9 illustre le fait que plusieurs millions de Québécois lisent des quotidiens, des hebdomadaires régionaux et des magazines. En fait, presque quatre millions de personnes lisent un quotidien à tous les jours de la semaine et près de cinq millions lisent un hebdomadaire à chaque semaine. Quant aux périodiques, des données PMB citées dans *Le Guide annuel des médias 1998* d'Info Presse, nous indiquent qu'au moins 25 périodiques rejoignent plus de 200 000 personnes chacun. Notons, par exemple, que le magazine *7 jours* compte à lui seul plus d'un million de lecteurs et lectrices. *Les Affaires* touchent 338 000 personnes, *Châtelaine* 614 000, *Filles d'aujourd'hui* 373 000 et *Québec Chasse et pêche* 316 000.

TABLEAU 9
Répartition du lectorat par catégorie de médias écrits et portée[4], Québec, 1997

	Lectorat (n)	Portée (%)
Quotidiens (L-V)	3 543 879	58,7
Hebdomadaires régionaux gratuits	4 439 000	79,0
Hebdomadaires régionaux vendus	271 440	58,5
Journaux communautaires	600 000	55,0
Magazines	*	78,0

Sources :
- NADbank 1997.
- Étude sur le lectorat des hebdomadaires (CROP) 1997.
- Étude Malette Maheu 1997.
- PMB 1997.

Examiné en fonction de la portée, on constate que le bassin des lecteurs et des lectrices de quotidiens représente, du lundi au vendredi, environ 60 % de la population. Cette proportion, déterminée sur une base mensuelle, atteint près de 80 % pour les magazines et les hebdomadaires régionaux vendus.

Des habitudes de lectures spécifiques

Des données comparatives sur la lecture des quotidiens au Québec et au Canada apparaissent dans le tableau 10. On constate que le Québec se situe légèrement en retrait de la moyenne canadienne. La proportion de la population canadienne qui lit un quotidien est en effet supérieure de cinq points de pourcentage à celle du Québec (64 % contre 59 %). Cet écart est demeuré constant au cours des cinq dernières années, tous les quotidiens ayant subi une baisse de leur portée. Différentes hypothèses d'ordre économique ou social pourraient expliquer ce phénomène. Il faut cependant souligner que plusieurs quotidiens régionaux québécois ne participent pas aux études dont nous disposons. Or, leur portée pourrait être supérieure à celle des quotidiens métropolitains.

4. La portée représente la proportion de la population d'un marché donné qui consulte un média.

Pour ce qui est des magazines, on constate que leur portée au Québec est supérieure de trois points de pourcentage à celle relevée au Canada. Bien que les quotidiens et les magazines représentent des univers singuliers et que les données proviennent d'études distinctes, cette statistique semble indiquer une légère préférence des Québécois pour les magazines. La différence entre le nombre d'exemplaires lus par mois, soit 4,4 pour le Québec contre 3,6 pour le Canada selon PMB, va dans le même sens.

TABLEAU 10
Portée des quotidiens et des magazines, 1997

	Canada (%)	Québec (%)	
Quotidiens	64	59	moyenne lundi-vendredi
Magazines	75	78	au cours du dernier mois

Sources :
- NADbank 1997.
- PMB 1997.

Nous ne disposons pas de données comparant la lecture de la presse hebdomadaire au Québec et au Canada. Il est cependant connu que la structure de l'industrie québécoise s'avère unique en raison de la présence de nombreux journaux gratuits offrant un contenu éditorial substantiel. On peut toutefois signaler que, pour le Québec, la portée des hebdos varie selon les régions. Le tableau 11 montre qu'elle se situe dans une fourchette qui va de 65 % sur l'Île de Montréal à 91 % dans le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie. Un phénomène analogue se produit pour les journaux communautaires. On peut ainsi affirmer que la proportion de la population qui lit un hebdomadaire est plus élevée en dehors de la métropole et de la capitale. L'attrait de l'information locale, véhiculée par les hebdos plutôt que par les quotidiens, pourrait y expliquer la forte pénétration des hebdos.

TABLEAU 11
Tableau synthèse sur les hebdomadaires régionaux gratuits, 1997

	Portée (%)	Lectorat ('000)	Temps moyen de lecture
Total Québec	79,0	4 439	48,6
Île de Montréal	65,0	949	42,6
Laval	76,0	200	50,3
Montérégie	88,0	867	51,3
Laurentides-Lanaudière	85,0	520	53,1
Québec-Beauce	77,0	623	41,3
Outaouais	81,0	194	47,5
Abitibi-Témiscamingue	80,0	110	49,0
Estrie	74,0	159	39,6
Mauricie–Bois-Francs	89,0	333	46,8
Saguenay–Lac-Saint-Jean	86,0	189	42,5
Bas-Saint-Laurent–Gaspésie	91,0	295	77,0

Source : Étude sur le lectorat des hebdomadaires (CROP) 1997.

LE TEMPS CONSACRÉ À LA LECTURE

Les Québécois lisent des médias écrits plus de sept heures par semaine

Chaque semaine, la population québécoise consacre beaucoup de temps à la lecture de journaux et de magazines. Comme le met en évidence le tableau 12, le temps consacré à la lecture d'un quotidien représente, à chaque jour, environ 48 minutes par exemplaire par lecteur, soit plus de cinq heures par semaine. Pour les hebdomadaires gratuits, le temps de lecture moyen atteint 49 minutes au minimum (59 minutes pour les hebdomadaires vendus). Quant aux magazines, ils génèrent environ 265 minutes de lecture par mois, soit au-delà d'une heure par semaine. Au total, les Québécois consacrent donc plus de sept heures par semaine à la lecture des journaux et des magazines.

TABLEAU 12
Temps consacré à la lecture de différents médias écrits, Québec, 1997

	Minutes	
Quotidiens	48	par jour (lundi-vendredi)
Hebdos gratuits	49	par semaine
Hebdos vendus	59	par semaine
Journaux communautaires	28	par semaine
Magazines	265	par mois

Sources :
- NADbank 1997.
- Étude sur le lectorat des hebdomadaires (CROP) 1997.
- Étude Malette Maheu 1997.
- PMB 1997.

Une durée de lecture plus longue au Québec qu'au Canada

Les Québécois consacrent 48 minutes par jour à la lecture d'un quotidien, contre 46 minutes pour les Canadiens, soit 4 % de plus. Pour les magazines, la différence s'élève à 68 minutes par mois, soit 35 % de plus. En analysant les données, qui figurent dans le tableau 13, il faut se rappeler que la nature des quotidiens et des périodiques offerts à la clientèle québécoise et canadienne diffère. Cependant, il semble réaliste de conclure que les journaux et périodiques québécois, s'ils bénéficient d'une portée parfois moins élevée, peuvent compter sur un lectorat plus assidu.

TABLEAU 13
Quotidiens : temps de lecture, 1997

	Canada	Québec	
Quotidiens	46	48	minutes par jour (lundi-vendredi)
Magazines	197	265	minutes par mois

Sources :
- NADbank 1997.
- PMB 1997.

Pour les hebdomadaires, les données disponibles ne permettent que de comparer les temps de lecture d'une région à l'autre au Québec (voir le tableau 11). Le temps alloué aux hebdos régionaux varie de 40 minutes dans l'Estrie à 77 minutes dans le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie, la moyenne québécoise se situant à 49 minutes. On trouve des temps de lecture plus élevés que la moyenne dans certaines régions éloignées ou, encore, à la périphérie de l'Île de Montréal. Les hebdos semblent offrir à leur clientèle un contenu qui répond davantage à leurs besoins. Des études plus poussées nous permettraient sans doute de conclure

que l'absence de quotidiens, ou encore l'absence d'information sur leur région dans les quotidiens, est à la source de ce phénomène.

LE CONTENU DE LA LECTURE

Une préférence pour l'information et l'actualité artistique

L'examen du taux de lecture des différentes sections des quotidiens et des hebdomadaires régionaux fournit des informations intéressantes quant à la problématique de la lecture. On le voit dans les tableaux 14 a et 14 b. De façon générale, l'attention des gens se porte d'abord sur l'information locale, suivi de l'information nationale ou internationale et celle sur les arts et spectacles.

TABLEAU 14a
Quotidiens : sections consultées, 1997

	Canada (%)	Québec (%)
Arts et spectacles	77,8	73,0
Sports	67,5	62,6
Voyages	71,3	64,4
Style de vie	71,7	60,5
Affaires	73,9	67,9
Nouvelles locales	82,3	78,6
Nouvelles internationales, nationales, provinciales	79,9	76,3

Source : NADbank 1997.

TABLEAU 14b
Hebdomadaires régionaux : sections consultées, Québec, 1994

	Gratuits (%)	Vendus (%)
Informations municipales	85	85
Faits divers	84	87
Activités communautaires	75	70
Arts et spectacles	73	74
Informations scolaires et éducation	72	71
Loisirs et sports	71	73
Nécrologie/Avis de décès	41	59

Source : PELH 1994.

À propos des pages d'information, on note qu'elles sont lues par plus des trois quarts du lectorat de quotidiens et d'hebdomadaires. Ce taux élevé, combiné à la forte pénétration des journaux dans la population, fait ressortir l'apport de la presse écrite à l'intégration sociale. Elle devient un élément déterminant dans l'exercice de la vie démocratique locale, comme en témoigne le tableau 15. Il faut par ailleurs souligner qu'en matière d'information locale, les hebdomadaires rallient la population plus que tout autre média (télévision, radio, quotidiens et magazines). En effet, 63 % de celle-ci les choisit pour obtenir des nouvelles sur leur communauté.

TABLEAU 15
Sources d'information préférées des Québécois selon différents sujets, Québec, 1997

	Radio (%)	Télévision (%)	Quotidiens (%)	Magazines (%)	Hebdomadaires (%)
Nouvelles du gouvernement	7,0	48,2	29,6	0,4	0,4
Nouvelles économiques et affaires	4,9	34,6	39,7	4,2	0,6
Nouvelles sur l'environnement	6,7	38,3	26,2	8,0	5,5
Nouvelles sur leur communauté	3,3	9,2	11,4	0,3	63,1

Source : NADbank 1997.

On note, d'autre part, que 73 % de la population qui lit les quotidiens et les hebdomadaires régionaux consultent les pages arts et spectacles. Ainsi, chaque semaine, une majorité d'entre elle lit des articles portant sur les produits culturels offerts dans leur communauté. Pour mesurer tout l'impact de la presse sur les industries culturelles, il faudrait ajouter à ce portrait la contribution de plusieurs magazines. Plusieurs d'entre eux occupent spécifiquement le créneau des arts et spectacles ou, encore, y consacrent de nombreux articles.

Ces données sommaires nous permettent de conclure que les médias écrits, qui rejoignent de nombreuses personnes, leur offrent un contenu directement lié aux finalités poursuivies par la politique de la lecture.

Un écart avec le Canada

Les données à notre disposition (voir tableau 14a) montrent que la population québécoise est un peu moins nombreuse que celle du Canada à consulter les différentes sections des quotidiens. Elle montre un écart de quatre à cinq points de pourcentage pour presque toutes les catégories recensées. Cette situation, qui pourrait résulter de différences dans l'inventaire des quotidiens étudiés, paraît difficilement explicable et nécessiterait un examen plus approfondi.

LE PORTRAIT DE LA CLIENTÈLE

L'analyse de certaines données socio-économiques fournit des explications utiles à la compréhension du lien entre la lecture et l'intégration sociale. Les tableaux suivants le montrent assez clairement.

Lorsqu'on considère la portée (tableau 16), on constate que plus les gens sont âgés, plus ils sont scolarisés et plus ils sont riches, plus la portée augmente. Ces derniers ont donc facilement accès à la lecture de textes qui favorisent leur participation à l'activité sociale. Inversement, les plus jeunes, les moins scolarisés et les foyers à bas revenus semblent avoir un accès plus limité à la presse écrite. Ces groupes peuvent certainement utiliser d'autres médias pour s'informer, dont la radio et la télévision. Cependant, ces médias ne semblent pas être des sources d'informations privilégiées pour les nouvelles locales. On peut donc s'interroger sur l'isolement relatif de ces groupes sociaux eu égard à la vie de leur communauté.

TABLEAU 16
Quotidiens : portée, 1997

	Canada (%)	Québec (%)
TOTAL	63,9	58,7
Langue		
Anglais	68,8	62,9
Français	59,7	58,8
Autre	60,1	52,5
Sexe		
Hommes	69,6	66,0
Femmes	58,5	52,0
Âge		
18 à 24 ans	60,3	60,2
25 à 34 ans	50,8	53,8
35 à 49 ans	64,8	57,8
50 à 64 ans	68,1	60,4
65 ans et plus	66,7	64,0
Scolarité		
Primaire ou moins	50,5	51,7
Secondaire partiel	61,6	55,6
Post-secondaire	62,3	58,4
CEGEP/Université	68,0	63,6
Post-universitaire	70,9	63,22
Revenu familial		
Moins de 30 000 $	56,1	51,8
30 000 $ à 50 000 $	62,4	56,3
50 000 $ à 75 000 $	66,9	63,6
75 000 $ et plus	71,9	69,7

Source : NADbank 1997.

Il faut d'autre part signaler que le temps consacré à la lecture (tableau 17) semble croître de façon inversement proportionnelle à la scolarité et au revenu, mais de façon proportionnelle à l'âge. Moins on est riche et scolarisé, plus on est âgé, plus on lit longtemps. Ce constat nous amène à penser que la presse écrite constitue un instrument favorable au rayonnement de la lecture auprès de groupes sociaux, particulièrement ceux de milieux défavorisés. Encourager la lecture de la presse écrite auprès de ces groupes sociaux, apparaît comme une façon de soutenir à la fois la lecture et l'alphabétisation.

Les données disponibles indiquent également que le temps consacré à la lecture augmente avec l'âge. Il est cependant intéressant de noter que la population québécoise de 18 à 24 ans lit plus longtemps que la population canadienne du même âge. Ce phénomène étonnant, qui mériterait d'être analysé plus en profondeur, laisse à penser que le développement de la lecture pourrait s'appuyer sur cette tranche de jeunes lecteurs de quotidiens. Ils représentent possiblement un terrain favorable pour la promotion et le développement de la lecture.

TABLEAU 17
Quotidiens : temps moyen consacré à la lecture, 1997

	Canada (%)	Québec (%)
TOTAL		
	45,7	47,5
Langue maternelle		
Anglais	44,8	53,2
Français	46,8	46,7
Autre	47,2	46,7
Sexe		
Hommes	45,5	48,0
Femmes	45,9	47,0
Âge		
18 à 24 ans	36,8	39,2
25 à 34 ans	39,0	39,3
35 à 49 ans	40,7	40,2
50 à 64 ans	47,3	50,9
65 et plus	67,8	72,4
Scolarité		
Primaire ou moins	57,4	63,5
Secondaire partiel	48,1	51,2
Post-secondaire	43,4	44,3
CEGEP/Université	44,2	43,8
Post-universitaire	38,6	37,7
Revenu familial		
Moins de 30 000 $	52,6	52,9
30 000 $ à 50 000 $	46,9	48,0
50 000 $ à 75 000 $	44,1	46,0
75 000 $ et plus	39,5	41,0

Source : NADbank 1997.

LA LECTURE, LA PRESSE ÉCRITE ET LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

Les contenus disponibles sur Internet combinent les mots, les images et les sons. À première vue, ce nouveau média ne peut être classé ni dans l'écrit, ni dans l'audiovisuel. Il offre cependant une matière à lire qui s'apparente souvent à celle des journaux et des périodiques, dont le contenu exploite largement le visuel et l'écrit. À titre indicatif, nous avons recensé certaines informations susceptibles de nous renseigner sur les liens entre la presse écrite, la lecture et Internet.

Le *Guide annuel des médias 1998* présente une liste, préparée par l'éditeur, des «Principaux sites Internet grand public». Il s'agit de sites offrant de la publicité. Ils sont de nature à drainer un nombre significatif de consommateurs et, partant, de «lecteurs». Or, cette liste de 37 sites comprend 21 sites associés à des médias écrits ou audiovisuels (stations de radio ou de télévision). Parmi ces 21 sites, 11 émargent au secteur de la presse écrite et 10 au secteur de l'audiovisuel. Ce constat ne règle pas le débat sur la prépondérance du contenu visuel ou écrit dans le cyberespace. Il permet cependant d'établir un lien étroit entre les médias et Internet. La presse s'affiche comme un fournisseur majeur de contenus en ligne (inforoute) et hors ligne (CD-ROM) qui peuvent être lus à l'écran ou imprimés.

Une étude du RISQ (Réseau interordinateurs scientifique québécois), qui en est à sa quatrième édition, permet de préciser davantage cette relation. À la suite d'une recherche empirique menée auprès des internautes québécois, le RISQ dresse deux listes : une recense les sites Internet consultés le plus souvent, l'autre présente les sites favoris des répondants. Si on enlève de ces deux listes les sites associés à l'exploration d'Internet (fureteurs, fabricants d'appareils), on constate que les sites proposés par les médias comptent pour deux tiers des sites les plus consultés et les plus appréciés. Les sites de médias écrits constituent, pour leur part, le tiers de cette liste.

Bien que sommaires, ces constats nous amènent à croire que la presse écrite s'insère avantageusement au cœur des nouveaux médias. Elle contribue ainsi à offrir aux internautes du Québec une matière à lire importante. En attendant des études précises sur les relations entre la lecture et Internet, ces données soulignent les rapports étroits qui existent entre la presse écrite, la lecture et Internet.

CONCLUSION

Au Québec, l'offre de médias écrits est importante puisqu'on compte presque 700 titres différents : 12 quotidiens, 208 hebdomadaires régionaux, près de 95 journaux communautaires et 377 périodiques.

En examinant le tirage, on constate que celui des quotidiens a enregistré une baisse depuis un peu plus de dix ans tant au Québec qu'au Canada. En ce qui concerne les hebdomadaires régionaux, solidement implantés à travers tout le Québec et importants véhicules d'informations locales, particulièrement où il n'existe pas de quotidien local, on note une légère augmentation de leur tirage. Finalement, les nombreux périodiques québécois disponibles offrent un large éventail de contenus. Leur tirage annuel atteint 142,9 millions d'exemplaires et le ratio de périodiques par habitant est de 19,6 au Québec, alors qu'il est de 17,1 au Canada.

Si, d'autre part, on regarde la demande pour la presse écrite, on constate que presque quatre millions de personnes, qui représentent près de 60 % de la population, lisent des quotidiens. Ces chiffres atteignent cinq millions et une portée de 80 % pour la presse hebdomadaire et les magazines. On note par ailleurs que les Québécois consacrent jusqu'à 7 heures par semaine à la presse écrite et qu'ils s'intéressent en priorité à l'information sur l'actualité et la vie artistique.

Ces données permettent de nuancer le phénomène de recul de la presse écrite qu'on pourrait associer à la diminution des tirages des quotidiens. Il semble que chaque exemplaire de quotidien soit maintenant lu par plus de personnes. L'audience de la presse resterait donc intacte. En y ajoutant celle de la presse hebdomadaire et des magazines, on peut certes affirmer que la presse écrite constitue toujours un support important de la lecture.

Cette masse de lecteurs et lectrices donne aux médias une place déterminante dans la problématique de la lecture. Leur intérêt pour l'actualité locale ou nationale, de même que pour les arts et spectacles, démontre l'existence de liens directs entre la lecture des journaux, l'intégration politique, l'intégration sociale et la culture. Signalons, également, que plus les gens sont scolarisés, riches et âgés, plus ils fréquentent le presse écrite. Toutefois, ce sont les gens les moins instruits, les moins fortunés et les plus âgés qui consacrent le plus de temps à la lecture. Ces constats suggèrent qu'en encourageant ces derniers à la lecture de la presse écrite, on pourrait soutenir l'alphabétisation. Orientée en fonction de besoins d'ordre politique et social, répondant à des impératifs culturels et éducatifs, la presse joue ainsi un rôle essentiel dans le développement de la connaissance.

ANNEXE

LISTE DES SOURCES UTILISÉES

ABC (Audit Bureau of Circulations)

Rapports d'un organisme nord-américain qui valide les tirages de la presse écrite. ABC recense les tirages des journaux et hebdomadaires vendus. La firme procède selon une méthode comptable reconnue par l'industrie et les agences de publicité.

Étude sur le lectorat des hebdomadaires (CROP) 1997

Résultats d'un sondage sur la lecture des hebdomadaires et les habitudes de consommation réalisé par la firme de recherche CROP, de Montréal, pour le compte des Hebdos régionaux en 1997. L'échantillon, formé de personnes de 18 ans et plus, se chiffre à 2 832 pour les hebdos gratuits et à 336 pour les hebdos vendus.

Étude Malette Maheu 1997

Sommaire des résultats d'un sondage sur la lecture des journaux communautaires réalisé en 1997 par le Groupe Malette Maheu, de Montréal, pour le compte de l'AMECQ (Association des médias écrits communautaires du Québec). L'échantillon est de 594 répondants de 15 ans et plus, habitant les territoires où sont distribués les journaux communautaires.

NADbank

Résultats d'un sondage annuel sur la lecture des quotidiens et les habitudes de consommation réalisé par la firme de recherche Réalités canadiennes pour le compte de NADbank Inc. et des éditeurs de quotidiens qui en sont membres. Des compilations spéciales ont été réalisées pour le ministère à partir des sondages de 1992 à 1997. Pour 1997, la taille de l'échantillon pour le Canada était de 24 000 personnes de 18 ans et plus.

PELH (Programme d'évaluation de lecture des hebdomadaires)

Sommaire des résultats de sondages sur la lecture des hebdomadaires et les habitudes de consommation réalisés par la firme de recherche CROP, de Montréal, pour le compte des Hebdos régionaux en 1990, 1992 et 1994. Pour 1994, 22 000 entrevues ont été réalisées auprès de la population de 18 ans et plus résidant dans les zones de distribution des hebdomadaires participants gratuits (15 ans et plus pour les hebdomadaires participants vendus).

PMB

Résultats d'un sondage sur la lecture de la presse écrite et les pratiques de consommation réalisé en 1997 par PMB (Print Measurement Bureau) au bénéfice des éditeurs qui en sont membres. L'échantillon formé de personnes de 12 ans et plus est de 20 415 répondants au Canada et de 6 910 au Québec.